

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЛИХ  
ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ УКРАЇНИ»**

(за матеріалами «Товариство з обмеженою відповідальністю «Санаторно-  
туристичне підприємство «Свіжий вітер», м. Вінниця»)

Здобувача вищої освіти  
4 курсу, групи Т-41д,  
спеціальності 242 «Туризм»  
освітньої програми  
«Туризм»

Івана  
ЛАСНОВА

Науковий керівник  
кандидат економічних наук,  
доцент

Наталя  
ОНИЩУК

Гарант освітньо-професійної  
програми  
кандидат географічних наук,  
доцент

Алла  
КІЗЮН

Вінниця 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ	6
1.1 Сутність дефініції «мале історичне місто»	6
1.2 Роль туризму в розвитку малих історичних міст: зарубіжний досвід	10
1.3 Фактори, що впливають на розвиток туризму в малих історичних містах	14
РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ УКРАЇНИ	20
2.1 Використання потенціалу малих історичних міст у розвитку туризму країни	20
2.2 Організаційно - економічна характеристика ТОВ «СТП «Свіжий вітер»	23
2.3 Діяльність ТОВ «СТП «Свіжий вітер» у розвитку туризму в малих історичних містах	31
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ УКРАЇНИ	44
3.1 Стратегічні напрями розвитку туризму в малих історичних містах	44
3.2 Проекти та програми ТОВ «СТП «Свіжий вітер» для розвитку туризму в малих історичних містах	47
3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів	51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	62

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах глобалізації та зростання інтересу до культурної спадщини та унікальних місцевих традицій особливого значення набув розвиток туризму в малих історичних містах України. Ці міста мають великий потенціал для розвитку туризму завдяки своєму історичному, архітектурному та культурному розмаїттю. Обставини останніх трьох років, зокрема внаслідок пандемії COVID-19 і війни, підкреслили необхідність адаптації індустрії туризму та інновацій. Водночас ці виклики також відкривають нові перспективи розвитку, вимагаючи критичного аналізу існуючих проблем та пошуку рішень. Актуалізація питання та визначення перспектив його розвитку сприятиме максимізації економічних та соціальних вигод від туризму для місцевих громад.

Аналізу туристичного потенціалу малих історичних міст України присвячено багато наукових досліджень. Перспективи та розвиток туризму в малих містах України висвітлюють праці науковців: Ю. Мігущенко, В. Мацоли, І. Безуглого, В. Безносюк, В. Беседіна, М. Біржакова, О. Гонти, Н. Кабушкіна, В. Квартальнова, М. Крачила, В. Савченка, Д. Стеченка, В. Федорченка, О. Чудновського, Ю. Шагінова та інших.

Мета дослідження – проаналізувати існуючі умови розвитку туризму в малих історичних містах України та визначити їх потенціал для розвитку з урахуванням викликів і можливостей, що виникли в останні роки. На основі теоретичних, методичних та практичних положень планується розробити рекомендації щодо підвищення ефективності туристичної діяльності.

Завдання дослідження включають:

- розкрити теоретичні засади розвитку туризму в малих історичних містах;
- оцінити розвиток туризму в малих історичних містах України;

- провести аналіз організаційно - економічної характеристики ТОВ «СТП «Свіжий вітер»;

- надати напрямки розвитку туризму в малих історичних містах України.

Об'єктом дослідження є процес розвитку туризму у малих історичних містах України. Цей об'єкт включає аналіз туристичних послуг, інфраструктури, культурної спадщини, а також способів промоції і залучення туристів.

Предметом дослідження є використання потенціалу малих історичних міст України у діяльності ТОВ «СТП «Свіжий вітер».

Для досягнення поставлених завдань використовуються наступні методи дослідження: SWOT-аналіз для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для туризму; метод експертних оцінок для збору думок фахівців у галузі туризму; статистичний аналіз для обробки та інтерпретації даних.

Наукова новизна дослідження полягає в інтегрованому підході до аналізу факторів, що впливають на розвиток туризму в малих історичних містах, з урахуванням специфіки сучасних викликів.

Інформаційну базу дослідження складають офіційні звіти про діяльність туристичних підприємств, законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, матеріали науково-практичних конференцій, а також монографії та науково-аналітичні статті.

Практична цінність дослідження полягає в розробці рекомендацій, що можуть бути використані державними органами, місцевою владою та підприємцями для формування стратегій розвитку туризму в малих історичних містах, спрямованих на залучення туристів та підвищення економічного добробуту регіонів.

Апробація наукових досліджень. За результатами дослідження було опубліковано статтю на тему «Проблеми та перспективи розвитку туризму в малих історичних містах України» на XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-

економічного розвитку України: пошук молодих» (м. Вінниця, 18 квітня 2024 р.).

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Робота містить 57 сторінок, 10 таблиць та 9 рисунків.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ

### 1.1 Сутність дефініції «мале історичне місто»

«Мале історичне місто» визначається як невелике поселення з важливою історичною, культурною та архітектурною спадщиною. Ці міста зберігають унікальність та автентичність, що відображає їхні історичні та культурні традиції.

Малі міста в міській структурі розселення є найбільшими групами в усіх містах і відіграють важливу роль у територіальній організації суспільства. Вони особливо важливі для подальшого розвитку туризму. У цій категорії особливо виділяються історичні міста. Кожне історичне місто є сторінкою в літописі України [2].

Мале історичне місто – це населений пункт із важливою історичною спадщиною, пам'ятками архітектури та культурними традиціями, які відображають історію та культуру певного регіону чи країни. Ці міста зазвичай мають меншу кількість населення, ніж великі міські центри, але мають унікальні характеристики, які роблять їх привабливими для відвідувачів, зацікавлених дізнатися про історію, культуру та автентичний спосіб життя.

В таблиці 1.1 відображено ключові характеристиками малих історичних міст [33].

Історичні міста в Україні часто асоціюються з важливими історичними подіями, культурними рухами чи видатними постатями. Серед них можуть бути міста із замками, старовинними фортецями, дерев'яними церквами чи садибами,

які відіграли важливу роль у формуванні історичної та культурної спадщини країни. Концепція еволюціонувала від простого визнання історичних місць до розуміння необхідності їх захисту та просування як важливих туристичних і культурних ресурсів [17].

Таблиця 1.1 – Ключові характеристики малих історичних міст

Особливість	Характеристика
Історична значущість	Міста існують протягом тривалого часу, іноді з середньовіччя або раніше, і вони відіграють важливу роль у минулих подіях регіону чи країни
Архітектурна спадщина	Архітектура міста демонструє залишки минулого, включаючи замки, церкви, укріплення, старовинні будинки та площі, які демонструють архітектурні стилі різних періодів.
Культурні традиції	Міські території відіграють вирішальну роль у збереженні та розвитку звичаїв, навичок, художнього самовираження та спадщини громади.
Масштаб	Чисельність населення цих міст, як правило, невелика, що допомагає зберегти їхню унікальну культуру та сприяє міцним соціальним зв'язкам.
Туристична привабливість	Малі історичні міста, завдяки їхньому особливому історичному та культурному фону, часто приваблюють туристів, які можуть відчувати атмосферу минулої епохи.

Уявлення про малі історичні міста в Європі часто пов'язують із середньовічними громадами, які зберегли свій автентичний архітектурний стиль і міське планування. Такі напрямки, як Сієна в Італії та Рокамадур у Франції, є прикладом важливості збереження історичного шарму міста, що значною мірою сприяє його привабливості та відчуттю ідентичності. Еволюція цієї концепції також зробила сильний акцент на туризмі, збереженні спадщини та сприянні сталому розвитку.

Спочатку малими історичними містами вважалися прості поселення з багатою історією. З часом їхню архітектурну та культурну спадщину виникла потреба не тільки визнавати, а й активно зберігати та відновлювати.

Одночасно з ініціативами щодо збереження, розгорталася ідея використання історичної та культурної цінності малих міст для розвитку

туризму. Це включає створення музеїв, організацію екскурсій, проведення фестивалів та інших подій [12].

Сучасне розуміння історичних малих міст включає сталий розвиток, залучення місцевої громади до керування туризмом та збереження спадщини, та використання інновацій і технологій для покращення якості життя місцевих жителів та туристів.

З урахуванням цієї еволюції, стає зрозуміло, що малі історичні міста в Україні та за кордоном відіграють важливу роль у збереженні культурної ідентичності, розвитку туризму та сталого розвитку, надаючи унікальні можливості для вивчення історії, культури та природи.

Хоча «мале історичне місто» не можна чітко оцінити за розміром чи населенням, його головна цінність полягає в його культурній та історичній спадщині, яка відіграє важливу роль у формуванні ідентичності міста та залученні туристів. Збереження та використання спадщини таких міст потребує особливого підходу, що враховує потенційний вплив сучасного розвитку та туризму.

В Україні багато міст, які підходять під визначення «малі історичні міста» і мають багату історію, унікальну архітектуру та культурні традиції. Деякі з них - відомі туристичні напрямки, а інші менш відомі, але все ще мають свій шарм. Нижче наведено кілька таких міст [13]:

Кам'янець-Подільський – це місто, яке є відомим своєю вражаючою фортецею, яка є однією з наймогутніших у Європі. Його історичний центр охороняється ЮНЕСКО.

Чернігів – одне з найдавніших міст в Україні, яке було засноване більше ніж 1300 років тому. Воно відоме своїми давньоруськими церквами та монастирями.

Мукачево – місто, яке знаходиться на заході України та відоме своїм замком «Паланок», який чудово зберігся до наших днів та має багату історію.



Львів – важко назвати «малим» містом, адже історичний центр має всі риси малого історичного міста та є об'єктом Світової спадщини ЮНЕСКО.

Жовква – невелике містечко поблизу Львова, яке відоме своєю збереженою ренесансною плановою забудовою та численними історичними будівлями.

Умань – місто в центральній Україні, яке відоме своїм історичним центром та парком «Софіївка» - шедевром садово-паркового мистецтва.

Бучач – мале місто на Тернопільщині, особливо відоме своїми історичними пам'ятками, такими як Бучацький замок та церква Святого Миколая.

Білгород-Дністровський є одним із найстаріших міст світу та відомий своєю величезною фортецею, найбільшою та найкраще збереженою у Східній Європі.

Ніжин – є містом з багатою історією та архітектурою, особливо великою кількістю церков і будинків 17-18 століть.

Пирятин – це місто, яке було засноване у 1155 році, відоме історичними пам'ятками та красивим пейзажем навколо.

Меджибіж – місто, де розташована Меджибізька фортеця, один із найстаріших замків в Україні, важливий історичний та культурний центр.

Острог – це місто відоме Острозькою академією, першим вищим навчальним закладом Східної Європи, та Острозьким замком.

Хотин – місто на березі Дністра, що відоме Хотинською фортецею, однією з найвідоміших та найбільш вражаючих фортець в Україні.

Вишнівець – невелике місто на Тернопільщині, відоме за рахунок Вишнівецького палацу – яскравого зразку архітектури бароко.

Ці міста показують багатство історико-культурної спадщини України. Кожен має унікальні пам'ятки та історії, що робить їх цікавими не тільки для туристів, але й для дослідників. Відвідування таких міст дає можливість

поринути в історію, дізнатися про місцеві традиції та насолодитися красою української землі.

## 1.2 Роль туризму в розвитку малих історичних міст: зарубіжний досвід

Туристичний ринок – це складна і багатшарова система, яка поєднує різноманітні економічні, соціокультурні, екологічні та технологічні аспекти. Спостереження за туристичним ринком є важливим інструментом для аналізу та контролю цієї складної системи [37]. Вивчаючи зарубіжний досвід державного контролю за процесами формування туристичного потенціалу, можна виявити відмінності в цьому контролі в різних країнах світу. Закордонний досвід показує, що туризм відіграє важливу роль у розвитку малих історичних міст, сприяючи економічному зростанню, збереженню культурної та історичної спадщини та покращенню якості життя місцевих громад. Розглянемо деякі аспекти впливу туризму на розвиток цих міст на прикладі закордонного досвіду.

Історичні містечка часто стають центром уваги туристів, які цікавляться культурним відпочинком. Це стимулює місцевий економічний розвиток шляхом створення нових робочих місць і розвитку готелів, ресторанів, роздрібно́ї торгівлі та послуг. Наприклад, італійське місто Сан-Джiminьяно, відоме своїми середньовічними вежами, використовує доходи від туризму для підтримки місцевої інфраструктури та об'єктів спадщини.

Туризм спонукає малі історичні міста до збереження унікальної архітектури, історичних пам'яток і культурних традицій. Прикладом є місто Любек у Німеччині. Історичні пам'ятки середньовічної архітектури міста внесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, тому для їх збереження потрібні додаткові інвестиції.

Розвиток туризму спонукає органи місцевого самоврядування інвестувати в розвиток інфраструктури, що не тільки полегшує доступ туристів до міст, а й покращує якість життя місцевих жителів. Наприклад, австрійське місто Гальштат змогло модернізувати свою транспортну систему та покращити умови життя завдяки доходам від туризму.

Туризм підтримує місцеві культурні ініціативи, ремесла та продукти та створює умови для їх розвитку та просування. В іспанському місті Жирона наплив туристів дав можливість місцевим ремісникам і художникам представити свої роботи широкій аудиторії.

Туризм допомагає малим історичним містам будувати та поширювати свій імідж на міжнародному рівні, залучаючи інвестиції, нових мешканців та додаткові ресурси. Місто Гуанахуато, Мексика, активно працює над покращенням свого глобального іміджу, готуючись до включення до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Аналізуючи роль, яку туризм грає в розвитку малих історичних міст у різних країнах світу, можна невести декілька конкретних прикладів, які ілюструють різні аспекти цієї взаємодії. У таблиці 1.2 наведені історичні малі міста в різних країнах та характеристики.

Кожен приклад підкреслює важливість інтегрованого підходу до розвитку індустрії туризму, який включає в себе залучення громади, збереження спадщини та підтримку економіки міста. Ці міста демонструють, як історичні населені пункти адаптуються до сучасних викликів та зберігають свою унікальну ідентичність і цінність.

Туризм може мати значний вплив на розвиток малого міста, особливо якщо він використовує його унікальні історичні, культурні, природні та інші ресурси для залучення туристів. Малі міста, які приваблюють туристів, можуть отримати різноманітні вигоди, від економічного зростання до культурного та

екологічного захисту. У таблиці 1.3 наведено аналіз різних видів туризму та їх вплив на розвиток малих історичних міст.

Таблиця 1.2 – Історичні малі міста зарубіжних країн [4-9]

Країна \ місто	Факти
Італія: Сан-Джиміньяно	Сан-Джиміньяно, знамените своїми збереженими середньовічними вежами, є яскравим прикладом того, як туризм може підтримувати збереження історичної архітектури та сприяти економіці міста. Прибутки від туризму інвестуються в реставраційні роботи, що дозволяє зберігати унікальний вигляд міста та приваблювати відвідувачів зі всього світу.
Франція: Каркасон	Каркасон є одним з найкращих прикладів відродження малого історичного міста через туризм. Його величезна середньовічна фортеця була відновлена в 19 столітті та зараз є популярним туристичним напрямком. Туризм забезпечує значні доходи для місцевої економіки, водночас стимулюючи збереження культурної спадщини.
Великобританія: Бат	Місто Бат, відоме своїми римськими ваннами та архітектурою георгіанської епохи, є прикладом того, як мале історичне місто може прославитися на міжнародному рівні завдяки своїй історичній та архітектурній спадщині. Туризм сприяє економіці міста і фінансує програми збереження історичних місць.
Чехія: Чеський Крумлов	Чеський Крумлов, з його чарівним середньовічним замком та вітряками, демонструє, як мале місто може стати світовим туристичним магнітом, залучаючи відвідувачів своєю історією, культурою та фестивалями. Туризм стимулює місцевий бізнес та забезпечує кошти на збереження архітектурної спадщини.
Японія: Такаяма	Місто Такаяма в префектурі Гіфу відоме своїм добре збереженим історичним центром, що відображає традиційну японську культуру і архітектуру періоду Едо. Туризм сприяє збереженню традиційних ремесел, таких як виготовлення sake, та організації культурних заходів, як-от фестиваль Такаяма Мацурі.

Таблиця 1.3 – Аналіз різних типів туризму та їхнього впливу на розвиток малих історичних міст [22, 28, 40]

Тип	Вплив
Історико-культурний туризм	Історико-культурний туризм сприяє збереженню та реставрації історичних пам'яток та культурних об'єктів, часто привертаючи фінансування та інвестиції. Він також підвищує обізнаність місцевих жителів та відвідувачів про історичну спадщину, сприяючи культурній гордості та освіті.
Гастрономічний туризм	Гастрономічний туризм відіграє роль у популяризації місцевої кухні, стимулюючи розвиток ресторанного бізнесу та місцевого сільського господарства. Він може допомогти малим містам створити унікальну пропозицію для туристів, що залучає гурманів з різних куточків світу.
Екологічний туризм	Екологічний туризм стимулює захист природних ресурсів, сприяючи збереженню місцевих екосистем та біорізноманіття. Він також створює економічні стимули для місцевих громад шляхом створення робочих місць та підвищення уваги до важливості охорони природи.
Пригодницький туризм	Пригодницький туризм використовує географічні та природні особливості місцевості, приваблюючи туристів, які шукають унікальні враження. Він сприяє розвитку інфраструктури, такої як маршрути для походів, бази відпочинку, що додають місцевості привабливості.
Етнографічний туризм	Етнографічний туризм залучає увагу до унікальних культурних традицій та способу життя, часто ревіталізуючи місцеві звичаї та мистецтво. Він допомагає малим містам заробляти на культурному розмаїтті та підтримувати етнічну ідентичність.
Подієвий туризм	Подієвий туризм, що включає фестивалі, концерти, і спортивні заходи, може значно підвищити видимість міста та короткостроково збільшити туристичні потоки. Це сприяє розвитку готельного бізнесу, ресторанів та інших послуг.

Індустрія туризму та історичні малі міста взаємозалежні: з одного боку, туризм може сприяти розвитку місцевої економіки та інфраструктури, а з іншого боку, міста мають покладатися на власні ресурси, щоб утримувати та залучати туристів розробленим. Ефективний розвиток туризму потребує стратегічного підходу, який використовує історичну спадщину, природні ландшафти та культурні особливості для створення сталих джерел доходу та збереження ідентичності міста.

Як показує закордонний досвід, туризм – це не лише спосіб заробітку малими історичними містами, але й важливий інструмент їх збереження, розвитку та інтеграції у світове культурне співтовариство.

### 1.3 Фактори, що впливають на розвиток туризму в малих історичних містах

Необхідною умовою для функціонування туристичної галузі є стабільна політична ситуація в країні. Позитивний вплив факторів розвитку туризму забезпечує високий економічний ефект, стабільний розвиток діяльності та успішне вирішення соціальних проблем.

Вибрані фактори впливу на туризм в Україні визначили цілі державного регулювання та головні напрями розвитку туризму, що визначені законом України «Про туризм».

Розглядаючи розвиток туризму в малих історичних містах, можна побачити, що він залежить від багатьох факторів, що діляться на кілька основних категорій: культурно-історичні, економічні, соціальні, технологічні, політичні та природні. Більш детальне аналізування цих факторів допоможе зрозуміти, як краще оптимізувати туристичну привабливість та забезпечити сталий розвиток цих міст [5, 9, 19]:

#### 1. Культурно-історичні фактори:

- Спадщина та історія. Унікальна історична спадщина міста - включає в себе пам'ятники, музеї та архітектурні будівлі. Ключова візитівка для приваблення туристів.

- Локальні традиції та культура. Автентичність культурних традицій, фестивалів, ярмарків та кулінарії приваблює туристів, які в пошуках унікального досвіду.

Наприклад: місто Львів в Україні є відомим центром культурної спадщини з численними пам'ятками архітектури та історичними музеями, який щороку відвідують мільйони туристів. Згідно з дослідженням, кількість відвідувачів музеїв Львова порівняно з минулим роком зросла на 20%.

Місто Флоренція, Італія, щороку приваблює понад 16 мільйонів туристів, багато з яких приїжджають заради архітектури епохи Відродження та колекції мистецтва.

## 2. Економічні фактори:

- Інвестиції. Інвестиції в інфраструктуру, об'єкти розміщення та розважальні заклади, які підвищують туристичну привабливість міста.

- Доступність. Покращення транспортного сполучення (аеропорти, дороги, громадський транспорт), що полегшує доступ до малих історичних міст.

Наприклад: місто Чернігів в Україні суттєво покращило свою туристичну інфраструктуру, включно з готелями та розважальними закладами, що призвело до збільшення надходжень від туризму на 30% за останні п'ять років.

У таких містах, як Банско в Болгарії, кількість відвідувачів зросла на 50% за 10 років завдяки інвестиціям у зимовий туризм і покращенню транспортного сполучення.

## 3. Соціальні фактори:

- Гостинність. Гостинність місцевого населення може значно вплинути на враження туристів та на їх бажання повернутися.

- Безпека. Високий рівень безпеки - важливий фактор для відвідувачів, особливо в невеликих містах.

Наприклад: Кам'янець-Подільський в Україні, відомий своєю гостинністю та безпекою, це робить його популярним містом для сімейного відпочинку. Відгуки туристів часто відзначають високу ступінь задоволення від відвідування цього міста.

За даними TripAdvisor, у містах з високим рейтингом безпеки та гостинності кількість туристів зросла на 25-40%.

#### 4. Технологічні фактори:

- Цифровізація. Наявність онлайн-платформ для бронювання, віртуальні тури та активне використання соціальних мереж для маркетингу покращують доступність інформації про місто, яке туристи хочуть відвідати.

- Інновації. Впровадження технологічних нововведень у сфері обслуговування та інтерактивних розваг збільшує привабливість міста.

Наприклад: місто Бердичів, Україна, користується цифровими платформами для просування своїх туристичних об'єктів, що призводить до зростання онлайн-бронювань на 35%.

За даними World Tourism Organization, у містах, які інтегрували VR-тури та інтерактивні програми у свої туристичні послуги, інтерес туристів зріс на 50%.

#### 5. Політичні фактори:

- Підтримка з боку уряду. Політична воля та фінансова підтримка з боку уряду є дуже важливими для збереження історичної спадщини та розвитку індустрії туризму.

- Регуляція. Ефективна нормативно-правова база сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку туристичного бізнесу.

Наприклад: міська влада Стря активно підтримує туристичні проекти, надає гранти на реставрацію історичних будівель та сприяє відновленню місцевої спадщини.

За даними Європейської комісії, міста, які отримують державну підтримку для туристичних вражень, мають у середньому на 20% вищі темпи зростання туристичної активності.

#### 6. Природні фактори:



- Природне середовище. Живописні природні ландшафти навколо міста, такі як річки, озера, гори, стають додатковою принадою для активного відпочинку та екотуризму.

- Клімат. Помірний та приємний клімат залучє туристів, що в пошуках відпочинку від спекотного літа чи холодної зими.

Наприклад: місто Буковель в Україні використовує свої природні ресурси, особливо гори та озера, з метою розвитку зимових та літніх видів спорту, приваблюючи туристів цілий рік.

Згідно з даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей, території з високим природним потенціалом на 45%, в середньому, ефективніші для залучення туристів, ніж місця без видатних природних ресурсів.

Розвиток туризму в малих історичних містах супроводжується рядом проблем [12-14]:

1. Інфраструктурні обмеження. Інфраструктура туризму, включаючи готельний інвентар, транспорт і якісні туристичні послуги, є розвинена недостатньо.

2. Обмежені бюджети. Малі міста часто мають обмежені фінансові ресурси для розвитку та просування туризму.

3. Збереження спадщини. Завдання полягає в тому, щоб зберегти історичні будівлі та пам'ятки в такому стані, який приваблюватиме туристів, не порушуючи їх автентичності.

4. Недостатній маркетинг та промоція. Відсутність ефективних маркетингових та рекламних стратегій, що ускладнює залучення нових відвідувачів.

Важливо розглянути як впливає війна на малі історичні міста [1-3]:

- Війна призводить до руйнування незамінних історичних будівель та пам'яток і є величезною втратою для культурної спадщини не лише України, а й світової цивілізації.

– Підвищенні ризики для безпеки та стабільності зробили регіон менш привабливим для туристів, що призвело до скорочення туристичних потоків і доходів місцевих жителів.

– Зменшення туризму та руйнування інфраструктури призводять до втрати робочих місць, зменшення доходів місцевого бізнесу і занепаду економіки міста.

– Війна ускладнює роботу зі збереження та реставрації історичних місць, зосереджуючи ресурси та зусилля на нагальних потребах та реставрації.

Розгляд цих аспектів підкреслює нагальну потребу знайти шляхи захисту та відновлення культурної спадщини в конфліктних ситуаціях і розробити довгострокові стратегії для відродження туризму після стабілізації ситуації.

Незважаючи на виклики, малі історичні міста мають великий потенціал для розвитку туризму, що може принести економічні вигоди місцевим громадам і сприяти збереженню культурної спадщини [5]:

1. Розвиток екотуризму та тематичного туризму. Створюючи унікальні туристичні продукти, що відображають історію та культурну ідентичність міста.

2. Покращення інфраструктури. Інвестиції для розвитку туристичної інфраструктури та послуг можуть дуже підвищити привабливість міста для туристів.

3. Цифровізація та онлайн-промоція. Цифрові технології та соціальних медіа використовуються для просування туристичного потенціалу міста.

4. Залучення спільноти. Активна участь місцевих жителів у розвитку туризму, в тому числі розвиток місцевих ініціатив, може підвищити туристичну привабливість та забезпечити стійкий розвиток.

Зосереджуючись саме на цих аспектах, малі історичні міста мають можливість перетворити свій унікальний культурний та історичний потенціал у важливі ресурси для сталого розвитку індустрії туризму.

Таким чином, малі історичні міста в Україні мають всі умови, щоб стати центрами тяжіння для туристів, яких цікавить культурна спадщина та історія. Розвиток туризму в цих містах може зіграти важливу роль у підтримці місцевої економіки та збереженні пам'яток історії і культурних традицій. Водночас реалізація цього потенціалу вимагатиме подолання низки існуючих проблем, зокрема: недостатня інфраструктура, обмежені фінансові та маркетингові ресурси, а також проблеми, пов'язані зі збереженням історичної спадщини.

Розвиток туризму в малих історичних містах потребує комплексного підходу, включаючи залучення інвестицій, модернізацію інфраструктури, розробку та впровадження ефективних стратегій просування, а також активне залучення місцевих громад до процесів прийняття рішень. Це не лише підвищить туристичну привабливість цих міст, а й забезпечить збереження їх унікальної самобутності та культурних цінностей.

Перспективи розвитку туризму в малих історичних містах України значною мірою залежать від співпраці місцевої влади, бізнесу та громадян у реалізації цільових проєктів та ініціатив. Успішний досвід інших країн показує, що особлива увага до деталей, інноваційні маркетингові підходи та стратегічне планування можуть перетворити малі історичні міста не лише на популярні туристичні напрямки, але й на приклади ефективного збереження культурної спадщини.

## РОЗДІЛ 2

### РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ УКРАЇНИ

#### 2.1 Використання потенціалу малих історичних міст у розвитку туризму країни

Малі історичні міста мають унікальний потенціал, щоб зробити вагомий внесок у розвиток туризму на національному рівні. Цей потенціал включає не лише культурні та історичні ресурси, а й можливість створення унікальних туристичних вражень, які відрізняються від стандартних пропозицій великих міст і популярних курортів.

У список історично населених місць України, який затверджений постановою Кабінету Міністрів України входить 400 міст, з яких 339 малих міст та смт [5].

Поширені малі історичні міста України розташовані нерівномірно території. Так основна частина зосереджена у західній частині та на Поділлі. Найбільша кількість їх розміщення у Львівській (52 міст та смт), Тернопільській (29), Івано-Франківській (24) Хмельницькій (22) областях. Найменша - у Донецькій (1 місто), Луганській (7), Запорізькій( 3) та Миколаївській (2) областях.

Багато малих історичних міст приваблюють людей через екологічно чистіші умови життя, ніж великі міста. Люди, які живуть у місті, приїжджають сюди, щоб насолодитися спокійним відпочинком. Тому розвиток індустрії туризму вимагає врахування цих переваг для визначення соціально-економічного потенціалу міста стати привабливим і зручним для туристів. Економічний потенціал таких історичних міст можна розвивати насамперед за

рахунок відродження пам'яток історії та культури та залучення вітчизняних та іноземних інвестицій.

Малі історичні міста часто є скарбницею недооцінених пам'яток і приваблюють туристів, які цікавляться історією та культурою. Наприклад, місто Чернігів в Україні відоме своєю церквою XI століття, яка є об'єктом Всесвітньої спадщини. Використання цього потенціалу не тільки підвищить привабливість міста для іноземних туристів, але й сприятиме глибшому розумінню історії та культури для внутрішніх мандрівників.

Туризм може стати рушієм економічного зростання для малих міст. За даними Всесвітнього туристичного барометра, сектор туризму створює близько 10% світового ВВП. У малих містах інвестування в туристичну інфраструктуру, таку як готелі, ресторани та розважальні заклади, стимулює місцеву економіку та створює нові робочі місця.

Вирішення проблем малих туристичних міст і перетворення їх на сучасні туристичні центри має починатися з активізації внутрішнього потенціалу інтегрованих місцевих громад. Основна увага приділяється необхідності запровадження ефективних інструментів для змін, а саме ефективної співпраці між органами місцевого самоврядування, регіональною владою та регіональними економіками [5]. Крім того, малі міста мають об'єднуватися в умовах сучасної децентралізації та разом розвивати туризм. Для цього слід звернути увагу на сполучення між містами, щоб створити групу «туристів» малих міст. Адже туристам вигідніше за короткий проміжок часу відвідати більше об'єктів їх інтересу. Для безперебійного функціонування маленького туристичного міста важливим моментом є розвиток інфраструктури, в тому числі транспортної. Розробка маршрутів, що охоплюють групи невеликих туристичних міст, повинна бути зручною і розумною як для індивідуальних, так і для групових подорожей.

Перспектива розвитку історичного малого міста має ґрунтуватися на принципі цілісності, тобто максимально зберегти історико-культурну забудову та раціонально розмістити новобудови [3].

Туризм сприяє збереженню місцевих традицій і культури. У невеликих містах, які часто зберігають унікальний спосіб життя, туризм може допомогти відродити інтерес до традиційних ремесел, кухні та обрядів. Це не тільки збагачує досвід відвідувачів, але й сприяє соціальній згуртованості, заохочуючи місцеві громади зберігати свою власну культурну ідентичність.

Запровадження сучасних технологій, таких як віртуальні тури, мобільні програми-гідів та онлайн-бронювання, може зробити історичні малі міста більш доступними та привабливими для молоді. Завдяки технологіям малі міста тепер можуть ефективно конкурувати за увагу туристів на національному та міжнародному ринках.

Державна підтримка через регулятивні заходи, фінансування та маркетингові кампанії має важливе значення для того, щоб історичні малі міста досягли успіху в індустрії туризму. Заходи сприяння туризму можуть включати гранти на реставрацію історичних місць, розвиток інфраструктури, створення позитивного іміджу міста.

Конкретним прикладом використання потенціалу малих міст є Банско, Болгарія. Розвиток зимових видів спорту тут перетворив колись маленьке містечко на улюблений курорт Європи. Ще один приклад – італійське місто П'єтрасанта, відоме своїми мармуровими кар'єрами та скульптурними майстернями, які приваблюють художників і туристів з усього світу.

Малі міста в Україні можуть отримати субсидії та іншу підтримку для розвитку туризму, що дозволить їм покращити свою інфраструктуру та підвищити свою привабливість для туристів. Наприклад, програми ЄС часто фінансують культурні та туристичні проекти.

Збільшення кількості відвідувачів і покращення інфраструктури можуть залучити приватні інвестиції в гостинність, ресторани, розваги та культурні заклади.

Такі дані та приклади підкреслюють важливість малих історичних міст у розвитку всієї туристичної галузі України. Стратегічний підхід до використання цього потенціалу може принести значні економічні та соціальні вигоди як місцевим громадам, так і країні в цілому.

Таким чином, використання потенціалу історичних малих міст у розвитку внутрішнього туризму не тільки сприяє збереженню культурної спадщини та стимулює економічний розвиток, але й створює умови для сталого соціального добробуту.

## 2.2 Організаційно - економічна характеристика ТОВ «СТП «Свіжий вітер»

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» було створено згідно чинного законодавства України за погодженням між громадянами України. Місцезнаходження підприємства: 21000 м. Вінниця, вул. Соборна 66, офіс 202. Локація офісу дуже зручна для відвідувачів туристичного агентства так як знаходиться в 100 метрах від зупинки міського транспорту, поряд з офісним приміщенням розташовані кінотеатр, театр, музеї, магазини, великі комерційні центри. Тут зосереджено багато адміністративних установ і офісів. Для працівників створені комфортні умови праці. У закладі є робочий мобільний телефон, факс, ксерокс, принтер, декілька комп'ютерів, кондиціонер, Wi-Fi. Крім того, щоб співробітникам було комфортно працювати, є базові канцелярські товари, які зручні для роботи в офісі та оформлення документів, договорів та складання різних документів.

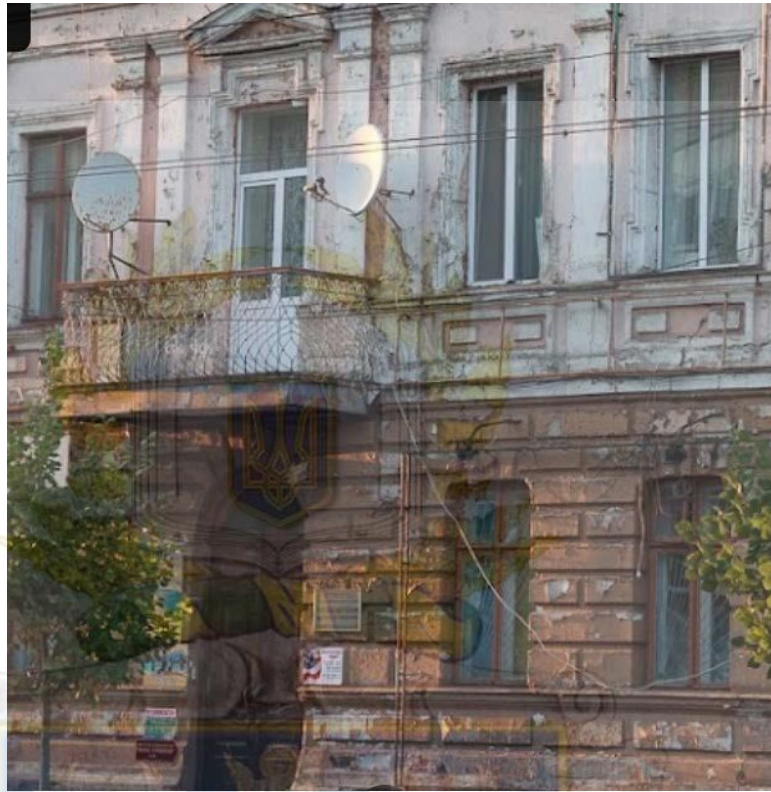


Рисунок 2.1 – Фасад будівлі, де розташоване підприємство

Історія ТОВ «СТП «Свіжий вітер» почалася в 1999 році в Автономній Республіці Крим. Маючи більш ніж 25-річний досвід, компанія досягла великих успіхів у секторі внутрішнього та міжнародного туризму та має філії по всьому Криму та Україні. Місцем розташування філії було обрано місто Вінницю, але через війну воно стало єдиним містом, де була представлена туристична компанія «Свіжий вітер».

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» є туристичною агенцією, зі статусом юридичної особи, має приватну форму власності. Власниками підприємства є фізичні особи. Статутний фонд товариства складає 16 500,00 грн. ТОВ «СТП «Свіжий вітер» має окреме майно, яке належить Засновникам у відповідних внесках (частках) і є колективною власністю. Воно також має свій власний баланс, розрахунковий рахунок, а також інші рахунки, включаючи валютні, у



банківських установах. У агенції є власна печатка з назвою, штампи, бланки, товарний знак і інші реквізити.

Правове поле, на якому здійснюється діяльність ТОВ «СТП «Свіжий вітер», формують законодавчі акти України, такі як «Про туризм», «Про захист прав споживачів», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», а також Господарський, Податковий, Цивільний, Адміністративний кодекси та інші відповідні нормативно-правові акти, що регулюють діяльність підприємств туристичної галузі.

На ТОВ «СТП «Свіжий вітер» працює п'ять співробітників, зокрема директором є Яременко Олександр Вікторович. Крім нього, в команді є бухгалтер Поліщук Валентина Степанівна та менеджери з напрямків, такі як Сидоренко Вікторія Павлівна, Макарчук Олена Василівна та Бондар Тетяна Володимирівна. Організаційна структура відображена на рисунку 2.2.

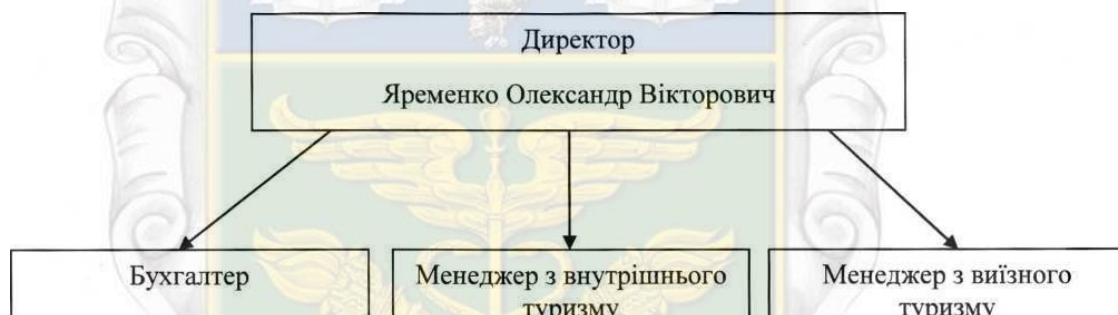


Рисунок 2.2 – Організаційна структура ТОВ «СТП «Свіжий вітер»

На ТОВ «СТП «Свіжий вітер» проходять стажування та виробничу практику студенти та випускники навчальних закладів, що спеціалізуються на підготовці фахівців у галузі туризму та маркетингу.

Метою ТОВ «СТП «Свіжий вітер» є забезпечення взаємовідносин на ринку та отримання прибутку шляхом задоволення потреб населення,

колективів, державних та інших організацій у різних сферах туристичних послуг.

З метою досягнення цілей, туристична агенція займається наступними видами діяльності:

- Організація різноманітних туристичних пакетів, включаючи туристичні маршрути, транспорт, проживання, екскурсії тощо.
- Компанія допомагає клієнтам забронювати готелі, апартаменти, вілли авіаквитки (через Молдову, Польщу), квитки на автобус.
- Організація перевезення клієнтів, включаючи залізничні та автобусні поїздки, оренда автомобілів та трансфери.
- Консультування клієнтів стосовно вибору туристичних напрямків, планування подорожей, візових процедур, медичного страхування та інших питань пов'язаних з подорожами.
- Організація екскурсій та дозвілля: різної екскурсії, розважальні програми, круїзи, спортивні заходи та інші форми дозвілля.
- Організації корпоративних турів для компаній та організацій, включаючи поїздки на конференції, тренінги, корпоративні заходи та інше.
- Створення індивідуальних турів з урахуванням побажань та потреб клієнта, включаючи спеціальні маршрути, екскурсії та послуги.

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» пропонує клієнтам найкращі курорти по всьому світу, які забезпечують незабутні враження та бездоганне задоволення. В їх асортименті представлені захоплюючі пляжі таких популярних країн, як Італія, Іспанія, Кіпр, Туреччина, Греція, Туніс, Таїланд та Шрі-Ланка.

Який би варіант не вибрали клієнти, вони можуть бути впевнені, що отримають відпочинок відповідно до своїх смаків і зможуть спланувати свою поїздку, знаючи заздалегідь, які пам'ятки вони можуть відвідати. ТОВ «СТП «Свіжий вітер» гарантує своїм клієнтам надійність та високу якість наданих послуг.

Щодо фінансової діяльності, то ТОВ «СТП «Свіжий вітер» за останні роки свідчить про відсутність прибутковості. Звіти компанії вказують на нульовий рівень прибутку, що означає, що підприємство не заробило достатньо коштів для забезпечення стабільного фінансового стану.

Проведемо фінансовий аналіз на основі звітностей підприємства.

В таблиці 2.1 відображено вертикальний аналіз балансу підприємства у тис. грн.

Таблиця 2.1 – Вертикальний аналіз балансу ТОВ «СТП «Свіжий вітер», тис.грн

Показник	Роки			I кварт, 2024	Відхилення (+,-)	
	2021	2022	2023		2022- 2021	2023- 2022
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-20246	16345	1254	234	36591	-15091
Власний капітал	-20211	16287	6287	234	36498	-10000
Довгострокові зобов'язання	-	-	-	-	-	-
Короткострокові кредити банків	-	-	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	-	-	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	120896	98567	3576	243	-22329	-98211
Короткострокові зобов'язання	-	-	-	-	-	-

Проаналізувавши таблицю, за допомогою вертикального балансу, можна побачити, що у 2021 та 2023 роках у підприємства був значний збиток. У 2022 році він становив 20246 тис. грн., що на 37 тис. грн. більше ніж у попередньому. У 2021 році підприємство мало прибуток у розмірі 16345 тис. грн.

Довгострокові та короткострокові зобов'язання та короткострокові кредити банків за аналізований період з 2021 по 2023 роки були відсутні.

Інші поточні зобов'язання на підприємстві з кожним роком зменшувалися. Для 2021 року:

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток):  $-20246 / 120896 * 100 = -16.74\%$

Власний капітал:  $-20211 / 120896 * 100 = -16.72\%$

Інші поточні зобов'язання:  $120896 / 120896 * 100 = 100\%$

Для 2022 року:

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток):  $16345 / 98567 * 100 = 16.59\%$

Власний капітал:  $16287 / 98567 * 100 = 16.52\%$

Інші поточні зобов'язання:  $98567 / 98567 * 100 = 100\%$

Для 2023 року:

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток):  $1254 / 8609 * 100 = 14.57\%$

Власний капітал:  $6287 / 8609 * 100 = 73.01\%$

Інші поточні зобов'язання:  $3576 / 8609 * 100 = 41.53\%$

Ці розрахунки демонструють важливість інших поточних зобов'язань в структурі пасивів компанії. Спостерігається значне зменшення власного капіталу та збільшення частки нерозподіленого прибутку у 2023 році, що може свідчити про зміни в фінансовому стані компанії або в її політиці розподілу прибутків.

В таблиці 2.2 відображено горизонтальний аналіз балансу.

Проаналізувавши дані таблиці за допомогою горизонтального аналізу, можна побачити, що необоротні активи підприємства з мають тенденцію до спаду. Зменшення необоротних активів може свідчити про амортизацію, відчуження або списання активів. Можливо, підприємство продало частину своїх активів або визнало їх як застарілі. Зменшення також може вказувати на відсутність інвестицій в довгострокові активи, що може бути пов'язано з фінансовими труднощами або зміною стратегії компанії.

Таблиця 2.2 – Горизонтальний аналіз балансу ТОВ «СТП «Свіжий вітер», тис. грн.

Показник	Роки			I кварт, 2024	Відхилення (+,-)	
	2021	2022	2023		2022- 2021	2023- 2022
Необоротні активи	1054	564	324	125	-249	-238
Запаси	33	33	0	0	13	-13
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	14542	14542	24	2	4085	-14518
Оборотні активи	713425	12543	68	15	32784	-1245

Запаси залишаються стабільними у 2021 і 2022 роках, але повністю відсутні у 2023 році. Це індикатор серйозних фінансових проблем або рішення зосередитись на інших напрямках діяльності.

Дебіторська заборгованість залишається стабільною у 2021 та 2022 роках, але драматично знижується до майже нуля в 2023 році. Це означає, що компанія отримала платежі від своїх дебіторів. Таке різке зниження може також бути пов'язане з зменшення основної діяльності.

Екстремальне зниження оборотних активів викликане великими фінансовими втратами. Така ситуація вказує на значні зміни в операційній діяльності та критичну фінансову ситуацію в компанії.

Отже, значні зміни у фінансовій звітності ТОВ «СТП «Свіжий вітер» спричинені серйозними внутрішніми та зовнішніми викликами. Важливо також враховувати що така ситуація виникла після 2022 року, коли розпочалась війна.

Протягом 2022 та 2023 року прибуток підприємства дорівнює нулю, це може вказувати на ряд проблем в діяльності компанії. Деякі з можливих причин можуть включати:

Війна в Україні та зменшення попиту на туристичні послуги.

Недостатня реклама та просування. З початку війни підприємство не інвестувало значних коштів в рекламу та маркетингові кампанії, тому послуги залишилися непоміченими споживачами. Відсутність ефективної маркетингової стратегії призвела до втрати частки ринку та зниження прибутковості.

Невірний таргетинг. Якщо ТОВ «Свіжий вітер» неправильно визначає свою цільову аудиторію, його маркетингові зусилля можуть бути неефективними. Важливо розуміти, на кого розраховані продукти та послуги компанії, і найкращий спосіб охопити цих клієнтів.

Нестача конкурентної переваги. На даний час ТОВ «СТП «Свіжий вітер» нічим не відрізняється від своїх конкурентів і не пропонує своїм клієнтам жодної унікальності чи суттєвих переваг, що також призводить до падіння популярності та прибутковості. Важливо розробляти унікальні продукти та послуги, які приваблюють і зацікавлюють клієнтів.

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» не оновлювало свою маркетингову стратегію та не використовувало нові технології чи канали комунікації з 2022 року. Ринкові умови постійно змінюються, тому важливо адаптувати свої маркетингові зусилля до нових тенденцій і запитів споживачів.

Для ТОВ «СТП «Свіжий вітер» варто обрати правильний метод дослідження проблеми із доходом.

1. Зосередитись на використанні онлайн-маркетингу, такого як соціальні медіа, контент-маркетинг, електронна пошта та пошукова оптимізація (SEO). Частіше рекламувати свої послуги у соціальних мережах та надавати цінний контент для привертання та утримання клієнтів.

2. Проводити дослідження ринку та оновлювати свою цільову аудиторію. Звертати увагу на нові ринкові можливості, створити профіль своїх ідеальних клієнтів та зосередити свої маркетингові зусилля на привертання та залучення саме цієї аудиторії.

3. Створити привабливі відео-контенти, які будуть демонструвати клієнтів у розкішних курортних місцях або під час захоплюючих туристичних екскурсій.

4. Створити програму лояльності, що буде заохочувати повторні покупки і рекомендації. Надавати клієнтам особливі привілеї, знижки, бонуси або ексклюзивний доступ до пропозицій та послуг.

### 2.3 Діяльність ТОВ «СТП «Свіжий вітер» у розвитку туризму в малих історичних містах

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» намагається зробити все, аби поїздка та відпочинок пройшли на вищому рівні. ТОВ «СТП «Свіжий вітер» має багатий досвід роботи в туристичній сфері та гарантує високу якість послуг. Команда експертів ретельно відстежує останні новини та тенденції в туристичному секторі та регулярно оновлює базу даних міст, країн і культур, що дозволяє вибрати найкращий варіант для клієнтів.

ТОВ «СТП «Свіжий Вітер» прагне подарувати своїм клієнтам незабутні враження та приємні спогади, тому при організації поїздки кожній деталі приділяється особлива увага. Високий рівень обслуговування, зручне транспортне сполучення, комфортне розміщення в готелях, професійні гіді та багато іншого зроблять відпочинок з ТОВ «СТП «Свіжий вітер» справді неповторним.

Позитивні сторони цього агентства включають досвід і практику, оскільки воно працює на ринку вже багато років. Це не може не позначитися на репутації та якості. ТОВ «СТП «Свіжий вітер» має значне портфоліо кращих курортів світу, пропонуючи споживачам воістину райське задоволення. У них є чудові

пляжі Італії та Іспанії, чарівний Кіпр, екзотична Туреччина, чарівна Греція, екзотичний Туніс, чарівний Таїланд і захоплююча Шрі-Ланка. Крім цього, присутні Домінікана, Кенія та Чорногорія. І це ще не весь список країн, тури до яких пропонує ТОВ «СТП «Свіжий вітер».

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» найбільше реалізував турів з метою відпочинку до таких країн, як Болгарія і Чорногорія, які є його основними турпродуктами.

Згідно зі звітністю, за 2023 р. ТОВ «СТП «Свіжий вітер» обслужив 206 туристів за прямими договорами і 172 за спільними договорами з українськими партнерами.

За основу аналізу беремо обслугованих туристів згідно прямих договорів. (рис. 2.3). Бачимо, що переважна кількість клієнтів туроператора вибирала тури з метою відпочинку та дозвілля (110 туристів). Набагато меншим попитом користувалися подорожі з діловими цілями (22 туристи), спортивно-оздоровчими (24 туриста), тури з метою лікування (18 туристів), напрямки спеціалізованого туризму (11 туристів) та інші види (10 туристів).



Рисунок 2.3 – Розподіл туристів за цілями відвідування



Крім того, ТОВ «СТП «Свіжий вітер» пропонує різні види турів та послуг, які відповідають різноманітним потребам споживачів.

Пляжний відпочинок в Єгипті та Туреччині, де клієнти можуть насолоджуватися сонцем, морем і піском.

Організація поїздок, включаючи бронювання автобусів і авіарейсів, щоб зручно транспортувати клієнтів до вибраних місць призначення.

Завдяки пересадкам у сучасних та комфортабельних автобусах гостям пропонують комфортну та безпечну подорож з аеропорту до готелю та навпаки.

Маючи помешкання в розкішних і скромних готелях по всьому світу, ви можете вибрати варіант розміщення, який відповідає вашим потребам і бюджету.

Організація екскурсій по Україні і за кордоном, яка дозволяє клієнтам пізнавати нові місця, культуру та визначні пам'ятки.

Надання страхових послуг для забезпечення безпеки та захисту клієнтів під час подорожей.

Лікування в Україні та за кордоном, яке дає можливість клієнтам отримати медичну допомогу та відновлюючі процедури у спеціальних закладах.

Організація корпоративного туризму, включаючи планування та організацію поїздок для компаній та їхніх співробітників з метою командного будівництва та відпочинку.

Круїзні тури, які дають можливість клієнтам насолоджуватися подорожами на кораблі та відвідати різні порти та екзотичні місця.

Шоп-тури, що дають можливість клієнтам відвідувати найкращі торгові центри та магазини у різних країнах та містах для шопінгу та придбання унікальних товарів.

Весільні тури, що дозволяють молодятим організувати незабутні весілля на екзотичному пляжі або у романтичній локації.

Дитячий відпочинок включає в себе спеціальні тури для сімей з дітьми, де діти можуть насолоджуватися анімаційними програмами, дитячими майданчиками та спеціалізованими послугами.

Гарячі тури - дають клієнтам можливість отримувати вигідні пропозиції на тури зі знижкою або спеціальною ціною.

На ТОВ «СТП «Свіжий вітер» є соціальні мережі, які використовуються для просування своїх послуг.

На рисунку 2.4 відображена сторінка в інсторгам, а на рисунку 2.5 сторінка в фейсбуці.

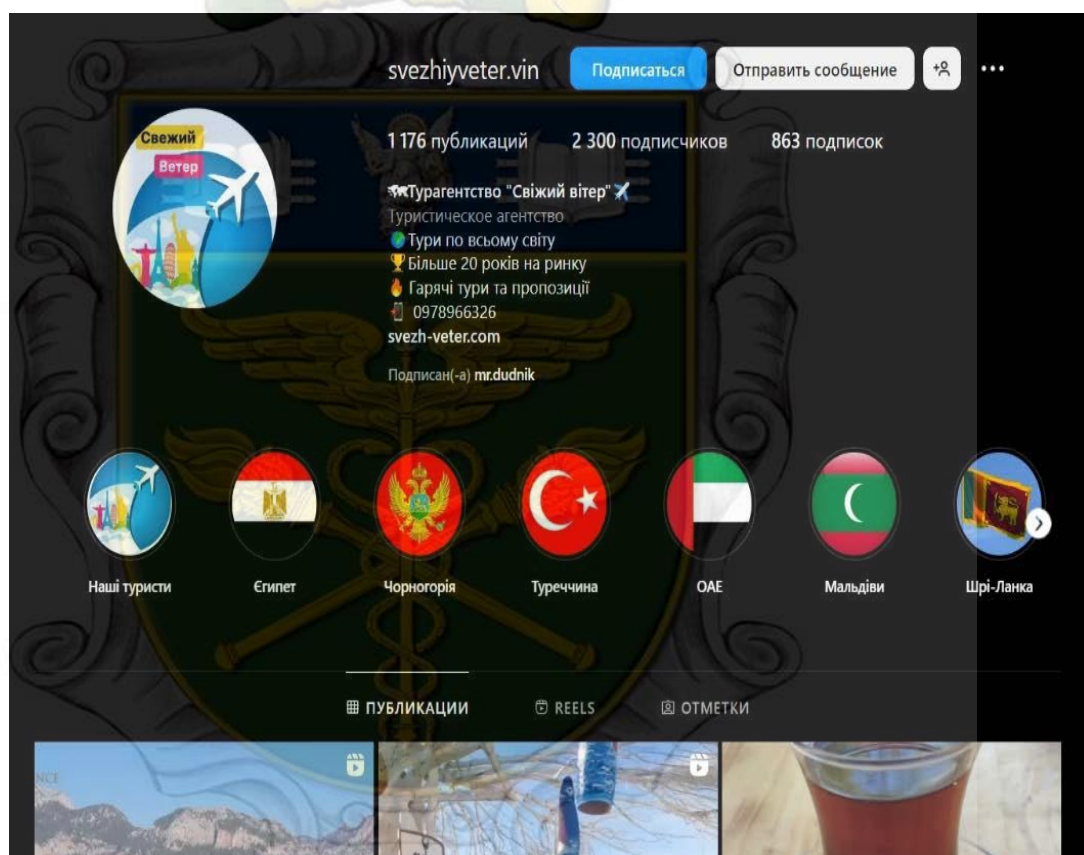


Рисунок 2.4 – Сторінка ТОВ «СТП «Свіжий вітер» в Instagram

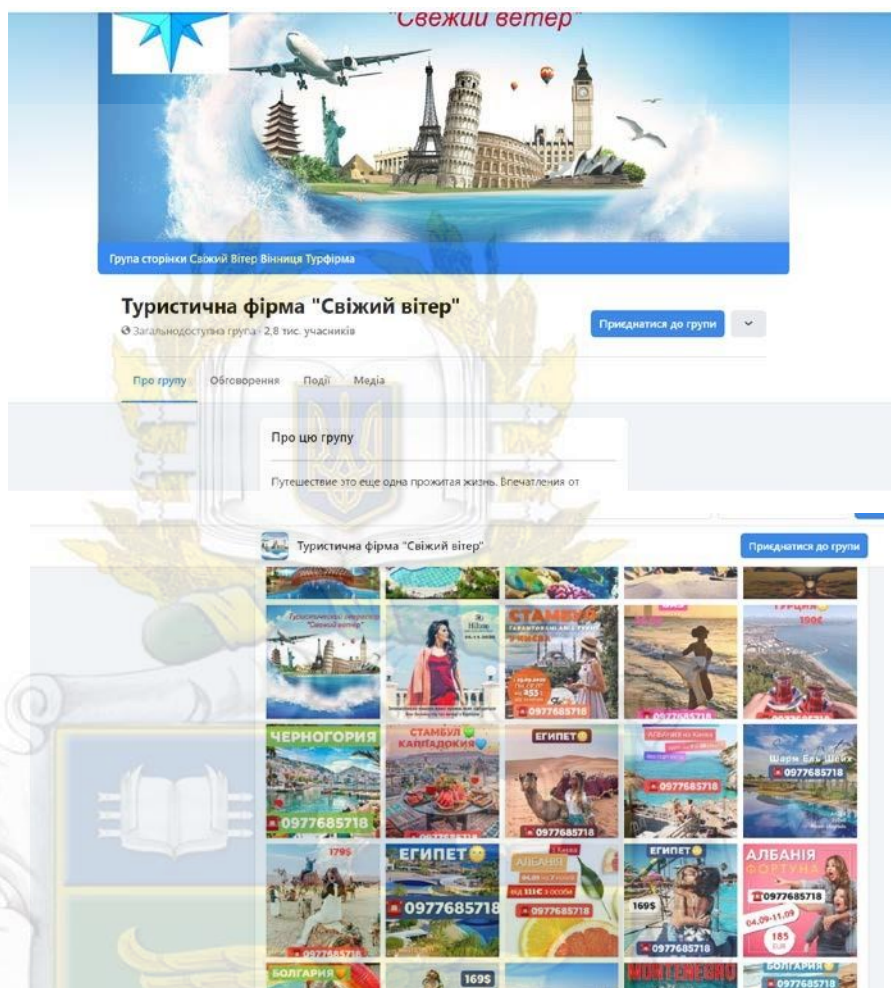


Рисунок 2.5 – Сторінка ТОВ «СТП «Свіжий вітер» в Facebook

Проаналізувавши візуальний вигляд усіх соціальних мереж можна виділити наступні проблеми, які відображені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Проблеми соціальних мереж ТОВ «СТП «Свіжий вітер»

Проблема	Вплив на ефективність компанії
Відсутність своєї особистої колірної схеми.	<p>Без власної колірної схеми, турагенція ризикує втратити свою унікальність та впізнаваність. Це може призвести до того, що компанія буде злегка помітна серед численних конкурентів, оскільки відсутність характерних кольорів не дозволяє виділитися в туристичній галузі</p> <p>Пов'язаність з брендом: Колірна схема може створити асоціації та емоції, пов'язані з брендом. Відсутність визначеної колірної палітри може позбавити турагенцію можливості спонукати клієнтів до позитивних асоціацій та відчуття, що стимулює бажання співпрацювати з компанією.</p>

Продовження таблиці 2.3	
Застарілий логотип	Зниження привабливості бренду: Логотип є візуальним символом турагенції, який передає її ідентичність та особливості. Застарілий логотип може виглядати непривабливо та несучим сучасність, що може вплинути на сприйняття бренду клієнтами. Вони можуть вважати, що компанія неактуальна або не звертає достатню увагу до свого образу.
Непривабливий та непомітний вхід до агенції	Втрата потенційних клієнтів: Якщо вхід до турагенції виглядає непривабливо або нецікаво, це може зіпсувати перше враження у потенційних клієнтів. Вони можуть відчувати відстань до такої компанії або навіть не помічати її на вулиці, що знижує шанси на залучення нових клієнтів. Погіршення іміджу компанії: Непривабливий вхід та непомітний зовнішній вигляд можуть впливати на загальний імідж турагенції. Якщо зовнішній вигляд не відповідає якості та професіоналізму послуг, це може викликати сумніви щодо надійності та якості роботи компанії. Втрата конкурентної переваги: У туристичній галузі, де конкуренція завжди висока, важливо виділятися серед інших турагентств. Непривабливий вхід та непомітний зовнішній вигляд можуть призвести до того, що компанія не буде привертати увагу потенційних клієнтів порівняно з конкурентами, які мають привабливі та запам'ятовувані зовнішній образ.
Відсутність особистого стилю у оформленні	Низький рівень професіоналізму: Оформлення та стиль графічного дизайну відображаються на сприйнятті компанії клієнтами. Відсутність особистого стилю може створювати враження недбалості та низького рівня професіоналізму, що може знизити довіру до компанії та її послуг.
Російськомовні соціальні мережі та сайт	Це є однією із найактуальніших проблем нашого суспільства, адже зараз люди максимально уникають російської мови та всього, що з нею пов'язано
Неактивні соціальні мережі	Втрата зв'язку з аудиторією: Соціальні мережі є важливим каналом комунікації з потенційними та існуючими клієнтами. Якщо турагенція неактивна на соціальних мережах, вона втрачає можливість підтримувати зв'язок з аудиторією та будувати взаємодію з нею. Це може призвести до втрати інтересу та забуття компанією. Втрата можливостей для просування: Соціальні мережі дозволяють турагенції просувати свої послуги, рекламувати акції та спеціальні пропозиції, а також показувати свою експертність у сфері туризму. Неактивність у соціальних мережах призводить до втрати можливостей для ефективного маркетингу та привертання нових клієнтів. Враження про неактуальність: Соціальні мережі є місцем, де користувачі очікують бачити свіжу та актуальну інформацію. Якщо турагенція неактивна, це може створювати враження, що компанія неактуальна, нецікава або навіть не працює. Це може призвести до втрати довіри та інтересу з боку потенційних клієнтів.

Всі ці недоліки суттєво впливають на ефективну роботу компанії «Свіжий Вітер» та негативно позначаються на розвитку та прибутках агентства. Використання соціальних медіа, контент-маркетингу та онлайн-реклами для просування маленького історичного міста як привабливого туристичного місця може допомогти залучити нових клієнтів. Особлива увага до унікальних особливостей кожного міста допоможе залучити цільову аудиторію, зацікавлену в культурно-історичному туризмі.

Спочатку пандемія, потім війна – усе це вплинуло на ефективність роботи ТОВ СВІ «Свіжий вітер». Компанія націлена на низку турів, орієнтованих на внутрішній туризм, а в 2023 та 2024 роках, використовуючи інноваційний підхід та співпрацюючи з місцевими громадами та владою, підприємство планує популяризувати екскурсії, які включають невеликі історичні місця.

Протягом 2023 та 2024 році ТОВ «СТП «Свіжий вітер» розпочала партнерство з органами місцевого самоврядування та іншими компаніями для розробки спільних туристичних продуктів, які зосереджуються на унікальних культурних та історичних аспектах міста. Розроблено тематичні екскурсійні маршрути.

В 2024 році ТОВ «Свіжий вітер» розробило туристичний пакет, який включає відвідування кількох історичних містечок з організованим транспортом, проживанням та туристичним обслуговуванням. Це допоможе збільшити туристичний потік і забезпечить додаткові зручності відвідувачам.

В 2024 році великою популярністю на підприємстві користуються такі малі історичні міста.

Дрогобич. Одне з найкрасивіших маленьких міст Західної України. Колись тут був центр нафтовидобувної сфери, адже в регіоні було майже 13 тис. точок видобутку нафти. Собор Святого Юра, перша гімназія в Галичині, найстаріша синагога та інші пам'ятки архітектури зберігає для своїх туристів місто Дрогобич (рис.2.5).



Рисунок 2.6 – Центральна площа м.Дрогобич

Під час туру туристів показують: площа Ринок з Ратушею, костел св. Варфоломія, віллу бургомістра в стилі віденської сецесії (вул.Шевченка 23), музей «Дрогобиччина» (знаходиться в будівлі палацу), галерею сакрального мистецтва (вул.Січових Стрільців 18).

Наступне місто – Жовква. Невелике містечко на Львівщині з особливою архітектурою, історія якого почалася в далекому 1368 році. Місто будувалося за типом «ідеального міста», де все необхідне городянам було розташоване біля центральної площі. Жовква закохує буквально з перших хвилин. Тут дуже затишно та комфортно, а ціни на проживання та харчування зроблять відпочинок максимально бюджетним.



Рисунок 2.7 – Місто Жовква

Тур включає в себе: Замок-резиденцію короля Яна Собеського), костел Святого Лаврентія, домініканський монастир, оборонна синагога; Василіанський монастир з храмом Пресвятого Серця Христового, дерев'яний храм Пресвятої Трійці з унікальним іконостасом XVII століття; Старовинний парк, вздовж якого знаходиться кілька цікавих особняків різного часу побудови. – Церква Святого Лазаря. – Церква Петра і Павла.

Переяслав-Хмельницький. Місто-музей у Київській області, де знаходиться 25 музеїв. Це, мабуть, найкраща можливість дізнатися про історію та культуру різних регіонів України за 1 день.

Тур включає в себе: музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, музей трипільської культури, колегіум (Музей Сковороди), музей кобзарського мистецтва, археологічний музей, музей Заповіту Шевченка (Історичний), михайлівська церква (Єпископський двір), синагога (Фабрика художніх виробів).

Острого – одне з найдавніших міст України, знаходиться у Рівненській області. З XIV століття був резиденцією князів Острозьких, а тому зберігає в собі багато історій і таємниць.



Рисунок 2.8 – Церква та замок м. Острого

Туристи мають можливість оглянути: Княжий замок, вежу Луцьких воріт (музей друкарства), Татарську надбрамну вежу, острозьку академію (перший східнослов'янський навчальний заклад), костел монастиря капуцинів, руїни синагоги (XVII ст.), нумізматичний музей.

Чортків - це дуже затишне та спокійне місто Тернопільщини з приголомшливою перлиною, яку видно з будь-якої точки міста – Домініканським собором.





Рисунок 2.9 – Місто Чортків

В тур входить:

- Католицький костел святого Станіслава,
- Чортківський замок,
- Дерев'яні церкви XVII і XVIII століть,
- Історичний музей,
- Чортківська ратуша з годинниковою вежею,
- Синагога 1905 року.

Для аналізу зростання відвідуваності малих історичних міст від ТОВ «СТП «Свіжий вітер» за 2023 та 2024 роки, можна використати доступні дані про кількість турів та припустити, що збільшення кількості турів відображає збільшення інтересу та відвідувань туристами.

Основні дані (таблиця 2.4):

2023 рік: 49 турів

2024 рік: 57 турів

Таблиця 2.4 – Основні дані по кількості замовлень

Місто	Кількість замовлень	
	2023	05.2024
Миргород (Полтавська область)	7 разів	8 разів
Кам'янець-Подільський (Хмельницька область)	10 разів	12 разів
Бучач (Тернопільська область)	4 рази	5 разів
Бердичів (Житомирська область)	5 разів	6 разів
Меджибіж (Хмельницька область)	12 разів	7 разів
Жовква (Львівська область)	5 разів	6 разів
Умань (Черкаська область)	6 разів	14 разів

Враховуючи збільшення кількості турів з 49 в 2023 році до 57 в 2024 році, можемо припустити, що ТК «Поїхали з нами Вінниця» активно розвиває туристичні маршрути у малих історичних містах України. Нижче наведено список міст, які можна включити в туристичний маршрут, і оцінку того, як часто кожне місто відвідуватимуть туристи в певному році:

Ці міста були обрані не лише через їхню культурну, історичну та туристичну важливість, а й через здатність залучати туристів і сприяти розвитку соціального туризму через освітні та культурні програми (приблизно 16,33%). Це свідчить про позитивну тенденцію та зростання туристичного інтересу до історичних малих міст.

Тенденція до зростання кількості турів, ймовірно, збережеться, якщо ТОВ «Свіжий вітер» продовжить розвивати свою стратегію, адаптуватися до потреб ринку та реагувати на зміну туристичних переваг. Орієнтація на якість, інновації та клієнтський досвід є ключовими для нашого подальшого успіху в цій галузі.

ТОВ «Свіжий вітер» розуміє, що співпраця з органами місцевого самоврядування для розробки унікального бренду для кожного міста може сприяти підвищенню впізнаваності міста на національному та міжнародному рівнях.

Інвестиції в модернізацію та покращення туристичної інфраструктури, такої як дороги, вивіски, зони відпочинку, інформаційні центри, які можуть покращити загальний туристичний досвід і зробити міста більш привабливими для туристів.

Активна взаємодія з місцевими громадами для забезпечення їх участі у розвитку туризму. Це може включати спільну діяльність, партнерство в туристичних ініціативах і програмах, що забезпечують економічну користь для місцевих жителів.

За допомогою цих стратегій ТОВ «СТП «Свіжий вітер» може зробити значний внесок розвитку туризму в малих історичних містах, створюючи взаємовигідні відносини між бізнесом, громадою та туристами, а також підвищуючи культурну і економічну вартість цих місць.

## РОЗДІЛ 3

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ УКРАЇНИ

#### 3.1 Стратегічні напрями розвитку туризму в малих історичних містах

Стратегічний напрямок розвитку туризму в малих історичних містах потребує комплексного підходу, що враховує унікальні історичні, культурні, економічні та соціальні аспекти цих міст. Ефективні стратегії можуть суттєво покращити регіональні економічні показники, покращити якість життя місцевих мешканців та забезпечити збереження культурної спадщини.

Стратегічний напрямок розвитку туризму в малих історичних містах відіграє важливу роль у підтримці та стимулюванні економічного зростання та підтримці культурного та соціального добробуту.

Основні переваги наступних стратегій:

Економічне зростання:

- Розвиток туристичної інфраструктури та послуг залучає внутрішні та зовнішні інвестиції, що стимулюють місцеву економіку.

- Зростання туристичного сектору часто призводить до створення нових робочих місць у таких сферах, як готельний бізнес, ресторанний господарство, туристичні агентства, і транспортні послуги.

- Малі підприємства та ремісники можуть отримати вигоду від збільшення потоку туристів, що купують місцеві товари та послуги.

Збереження культури та спадщини:

- Інвестиції у збереження історичних будівель та монументів допоможуть зберегти культурну ідентичність міста.

- Туризм сприяє культурній освіті та гордості серед жителів міста, а також підвищить обізнаність та цінність місцевої історії і традицій.

Соціальне згуртування:

- Розвиток туризму спонукатиме уряди до поліпшення соціальної інфраструктури (дороги, парки, громадські простори).

- Стратегії розвитку туризму включають в себе програми, що заохочують громади міста брати участь у туристичних ініціативах, що сприяє згуртуванню та взаєморозумінню.

Стале використання ресурсів;

- Стратегії розвитку зосереджуються на екологічно-чистих технологіях та практиках, забезпечують сталий розвиток, що мінімізує вплив на довкілля.

- Ефективне управління природними та культурними ресурсами гарантує, що вони зберігаються для майбутніх поколінь.

Наведемо ключові стратегічні напрями для такого розвитку з прикладами, які нами розроблені. Дані відобразимо в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Ключові стратегічні напрями розвитку туризму в малих історичних містах

Напрямок	Стратегічне рішення	Приклад
1. Збереження та реставрація історичної спадщини	<p>Малі історичні міста часто мають унікальні історичні пам'ятки, які потребують збереження та реставрації. Інвестиції у реставрацію можуть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Підвищити туристичну привабливість міста.</li> <li>- Зберегти історичний вигляд та атмосферу міста.</li> <li>- Використати історичні пам'ятки як основу для культурно-освітніх програм.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Галич, Івано-Франківська область</li> <li>- Інвестиції у реставрацію: Близько 5 млн грн на рік.</li> <li>- Очікуване збільшення туристичного потоку: 20% зростання відвідувачів на рік.</li> <li>- Економічний вплив: Зростання доходів від туризму на 10 млн грн за рік через підвищену привабливість регіону.</li> </ul>

Продовження таблиці 3.1		
2. Розвиток інфраструктури	<p>Для залучення та зручності туристів важливо розвивати інфраструктуру міста:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Вдосконалення транспортного сполучення з великими містами та туристичними центрами.</li> <li>- Покращення готельної та ресторанної інфраструктури.</li> <li>- Розробка інформаційних центрів для туристів, які допоможуть орієнтуватися у місті.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Миргород, Полтавська область</li> <li>- Інвестиції у транспортну доступність: 12 млн грн на модернізацію транспортної інфраструктури.</li> <li>- Очікуване збільшення туристичного потоку: 15% зростання відвідувачів на рік.</li> <li>- Економічний вплив: Додаткові 15 млн грн доходів від туризму за рік завдяки поліпшенню доступності.</li> </ul>
3. Маркетинг та брендування	<p>Створення сильного бренду для міста може значно підвищити його розпізнаваність:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробка унікальних туристичних маршрутів, які висвітлюють історію і культуру міста.</li> <li>- Активне використання цифрового маркетингу та соціальних мереж для просування туристичних можливостей.</li> <li>- Організація тематичних фестивалів та заходів, які приваблюють відвідувачів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Бердичів, Житомирська область</li> <li>- Бюджет на маркетинг: 3 млн грн на рік на цифровий маркетинг та організацію фестивалів.</li> <li>- Очікуване збільшення туристичного потоку: 25% зростання відвідувачів на рік.</li> <li>- Економічний вплив: Збільшення доходів від туризму на 20 млн грн за рік через ефективне просування.</li> </ul>
4. Розвиток спільноти та участь місцевих жителів	<p>Залучення місцевих жителів до розвитку туризму є ключовим аспектом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навчання місцевих жителів туристичному бізнесу і сервісу.</li> <li>- Створення кооперативів або партнерств для розвитку сувенірної виробництва та місцевих крафтів.</li> <li>- Використання місцевих ресурсів для створення унікальних туристичних продуктів.</li> </ul>	<p>Це стосується кожного малого міста.</p>
5. Стале використання ресурсів	<p>Важливо розробляти туристичні програми з урахуванням принципів сталого розвитку:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Застосування екологічних технологій в готелях та ресторанах.</li> <li>- Програми збереження природи та культурної спадщини.</li> <li>- Організація заходів з мінімальним негативним впливом на довкілля.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Регіон: Кам'янець-Подільський, Хмельницька область</li> <li>- Інвестиції у сталі технології: 10 млн грн на інтеграцію екологічних технологій у готелях.</li> <li>- Очікуване зменшення впливу на довкілля: Зниження викидів CO<sub>2</sub> на 30%.</li> <li>- Економічний вплив: Збільшення</li> </ul>

		доходів на 5 млн грн за рік завдяки залученню еко-свідомих туристів.
--	--	--

Реалізація цих стратегій в історичних малих містах не лише відкриває нові економічні можливості, а й сприяє глибшому розумінню та збереженню унікальної культурної спадщини цих міст. Це може зробити його цікавим і привабливим місцем для туристів з усього світу.

Стратегічний напрямок розвитку туризму в малих історичних містах має бути інтегрованим та диверсифікованим з метою збереження культурної спадщини, розвитку економіки та покращення якості життя місцевого населення. Такий підхід забезпечує довгостроковий розвиток і зростання туристичної привабливості міста.

### 3.2 Проекти та програми ТОВ «СТП «Свіжий вітер» для розвитку туризму в малих історичних містах

ТОВ «Свіжий вітер» пропонує численні проекти та програми для розвитку туризму в історичних малих містах, з акцентом на залучення туристів та підвищення якості туристичних послуг. Наведемо розроблені програми для даного підприємства:

Програма «Історичні ворота». Збереження та відновлення історичних місць через партнерство з місцевими громадами та урядами. Ця програма сприяє відновленню історичних споруд з використанням традиційних методів та матеріалів. Створювати маршрути «відкритих дверей» які дають можливість

особисто відвідати відреставровані об'єкти. Організовувати культурні заходи, які розповідають історію міста через мистецтво, музику і театр.

Програма «Культурний маршрут». Популяризація культури міста та традицій за допомогою інтерактивних екскурсій та майстер-класів. Розроблення тематичних культурних маршрутів за участю місцевих гідів. Проводження майстер-класів з традиційних ремесел, кулінарії, народного мистецтва. Створення мобільного додатку з інтерактивною картою і описом місцевих атракцій.

Програма «Зелений шлях». Розвиток екотуризму та раціональне використання природних ресурсів. Програмою будуть створені маршрути пішохідних та велосипедних походів мальовничими природними ландшафтами. Розробляти природоохоронні програми, які включають захист рідкісних видів рослин і тварин. У ключових точках маршруту будуть встановлені інформаційні стенди та місця відпочинку.

Підприємство розробило план для інвесторів, що деякі малі історичні міста можуть принести велику частку в розвиток на відновлення України.

Для надання конкретних даних по містах у контексті туризму, ми обрали, як на нашу думку найбільш економічно доцільні та історично цікаві міста:

1. Миргород (Полтавська область). Населення: близько 40 000 осіб. Курорт «Миргород», рідний дім Миколи Гоголя. Туристичний потік: приймає близько 200 000 відвідувачів на рік. Інвестиції у туризм: За 2020-2023 рр місто інвестувало понад 50 млн. грн. у реконструкцію та розвиток курортної інфраструктури.

2. Кам'янець-Подільський (Хмельницька область). Населення: близько 100 000 осіб. Кам'янець-Подільська фортеця, старе місто, численні музеї та історичні пам'ятники. Туристичний потік: понад 400 000 туристів на рік. Інвестиції у туризм: за 2020-2023 рр - понад 100 млн. грн. витрачено на реставрацію фортеці та покращення міської інфраструктури для туристів.



3. Бердичів (Житомирська область). Населення: близько 75 000 осіб. Бердичівський монастир та резиденція Жанни Лантерн, історичний центр міста. Туристичний потік: близько 50 000 відвідувачів на рік. Інвестиції у туризм: орієнтовані на розвиток культурних заходів та фестивалів, загальні інвестиції складають близько 20 млн. грн.

4. Бучач (Тернопільська область). Населення: близько 12 000 осіб. Бучацький замок, церква Святого Миколая, ратуша. Туристичний потік: щорічно місто відвідує понад 30 000 туристів. Інвестиції у туризм: місцева влада та громадські ініціативи інвестують у відновлення історичних пам'яток та розвиток туристичної інфраструктури.

5. Меджибіж (Хмельницька область). Меджибізька фортеця, одна з найкраще збережених фортець в Україні. Туристичний потік: понад 50 000 відвідувачів на рік. Інвестиції у туризм: активне вкладення в реставрацію та промоцію фортеці як основної атракції.

Для реалізації цих програм у згаданих малих історичних містах - Миргород, Кам'янець-Подільський, Бердичів, Бучач, і Меджибіж, можна створити комплексний план туристичних маршрутів, який поєднає всі три програми. Детальний план маршруту відображений в таблиці 3.2.

Кожен з цих маршрутів може включати спільну роботу з місцевими громадами, владою та громадськими організаціями з метою сприяння збереженню культурної та природної спадщини та для залучення туристів і місцевих жителів до активної участі в культурному житті міст.

Такі міста використовують свої історичні ресурси за основу для розвитку туризму, пропонуючи унікальні атракції та враження для відвідувачів. Розвиток туризму в таких містах не тільки підтримує місцеву економіку, але й зберігає культурну спадщину для майбутніх поколінь.

В додатку А відображено маршрут запропонованих програм.

Таблиця 3.2 - Докладний план маршрутів розроблених програм

№	Програма	Маршрут, заходи
1	Програма «Історичні ворота»	<p>Миргород:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Маршрут "Відкриті двері" курортного комплексу і дім Миколи Гоголя. Відвідувачі можуть дізнатися про історію курорту, його реставрацію та збереження.</li> <li>- Культурні заходи: організація літературних читань та театральних постановок, присвячених творчості Гоголя.</li> </ul> <p>Кам'янець-Подільський:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Екскурсія по Кам'янець-Подільській фортеці. Вивчення історії фортеці, реставраційних робіт та їх значення для збереження культурної спадщини.</li> <li>- Історичний фестиваль: залучення відвідувачів до реконструкцій історичних подій, ярмарків та майстер-класів старовинних ремесел.</li> </ul>
2	Програма «Культурний маршрут»	<p>Бучач:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Культурний тур "Спадщина Бучача". Відвідування Бучацького замку, церкви Святого Миколая, ратуші, з особливою увагою до місцевих легенд і історій.</li> <li>- Майстер-класи з народного мистецтва: навчання традиційного розпису, виготовлення сувенірів та національних страв.</li> </ul>
3	Програма «Зелений шлях»	<p>Меджибіж:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Екологічний маршрут навколо Меджибізької фортеці. Пішохідні та велосипедні тури з оглядом на збереження природного ландшафту та місцевих видів флори та фауни.</li> <li>- Інформаційні стенди та відпочинкові зони: розміщення інформаційних матеріалів про екосистему регіону, рідкісні рослини та тварини.</li> </ul> <p>Бердичів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Історико-екологічний маршрут. Організація прогулянок історичним центром міста з відвідуванням Бердичівського монастиря, з акцентом на історію та природу району.</li> </ul>

Ці дані відображають потенціал малих історичних міст України у сфері туризму та важливість стратегічного планування для розвитку туристичної індустрії. Залучення інвестицій та розробка тематичних програм можуть істотно

підвищити туристичний потенціал цих міст, підтримати місцеву економіку та зберегти культурну спадщину.

Ці програми, які буде націлювати в просування ТОВ «СТП «Свіжий вітер» зможе істотно вплинути на розвиток туризму в малих історичних містах, підвищуючи їх привабливість для відвідувачів та покращуючи економічну та соціальну стабільність регіону.

### 3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів

Для оцінки ефективності програм «Історичні ворота», «Культурний маршрут» і «Зелений шлях», які реалізуватиме ТОВ «СТП «Свіжий вітер», необхідно визначити ключові показники за трьома аспектами: економічним, соціальним та екологічним (таблиця 3.3).

Для розроблених програм проведемо оцінку ефективності, оцінимо економічну, соціальну та екологічну ефективність цих програм.

1. Програма «Культурний маршрут». Економічна ефективність даної програми враховує витрати на програму: 600 000 грн (включаючи розробку мобільного додатку, зарплату гідів, організацію майстер-класів). Очікуваний приріст доходів приваблення додаткових 15 000 туристів за рік, при середньому чеку 300 грн = 4 500 000 грн. ROI:  $(4\,500\,000 \text{ грн} - 600\,000 \text{ грн}) / 600\,000 \text{ грн} = 6.5$  або 650%.

Соціальна ефективність полягає в задоволеності відвідувачів, тобто через опитування та відгуки, а також культурне збагачення через збереження та популяризація місцевих традицій та культурних практик.

Екологічна ефективність полягає в мінімізації впливу на довкілля. Використання еко-матеріалів і технологій у туристичних заходах.

Таблиця 3.3 – Основні ключові показники оінки ефективності: економічні, соціальні, екологічні

Напрямок оінки ефективності	Характеристика
Економічна ефективність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Витрати на програму. Оцінка загальних витрат на кожну програму, включаючи організаційні витрати, рекламу, залучення персоналу, реставрацію та підтримку об'єктів.</li> <li>- Додаткові доходи. Оцінка прибутку від збільшення кількості туристів, продажу сувенірів, проведення заходів.</li> <li>- ROI (Return on Investment). Вирахування співвідношення отриманих доходів до витрачених інвестицій.</li> </ul>
Соціальна ефективність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Задоволеність відвідувачів. Опитування та відгуки туристів про якість програм.</li> <li>- Залученість громади. Кількість місцевих жителів, які взяли участь у програмах, майстер-класах, фестивалях.</li> <li>- Культурне збагачення. Внесок програм у збереження місцевих традицій та культури.</li> </ul>
Екологічна ефективність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збереження природи. Вплив програм на природні ресурси, охорона рідкісних видів, підтримка біорізноманіття.</li> <li>- Стійке використання ресурсів. Ефективність заходів зі зменшення впливу туризму на довкілля.</li> <li>- Освітній вплив. Розуміння туристами важливості екологічних ініціатив через інформаційні стенди та освітні заходи.</li> </ul>

2. Програма «Зелений шлях». Економічна ефективність. Витрати на програму: 400 000 грн (розробка маршрутів, встановлення інформаційних стендів, організація заходів).

Очікуваний приріст доходів полягає в залучення 10,000 екотуристів, при середньому чеку 200 грн = 2 000 000 грн. ROI:  $(2\,000,000\text{ грн} - 400\,000\text{ грн}) / 400\,000\text{ грн} = 4$  або 400%.

Соціальна ефективність полягає в задоволеності відвідувачів через зворотний зв'язок та відгуки, також залучення громади, їх участь місцевих жителів у волонтерських програмах з охорони природи. Розповсюдження ідей активного відпочинку і здоров'я через піші та велосипедні маршрути.

Екологічна ефективність. Охорона природних ресурсів, рідкісних видів флори і фауни. Розвиток туризму з мінімальним впливом на довкілля.

3. Програма «Історичні ворота». Витрати на програму: 500 000 грн. Очікуваний приріст доходів: Збільшення кількості відвідувачів на 20%, при середньому чеку 200 грн на особу, при 10 000 нових відвідувачів = 2 000 000 грн. ROI:  $(2\,000\,000\text{ грн} - 500\,000\text{ грн}) / 500\,000\text{ грн} = 3$  або 300%.

Для програми «Історичні ворота», потрібно зосередити увагу на соціально-екологічній ефективності програми, що має на меті збереження та відродження історичних місць у партнерстві з місцевими громадами та урядами.

Соціальна ефективність. Програма спрямована на збагачення культурного досвіду відвідувачів за допомогою екскурсій і культурних заходів, які додатково пояснюють історію міста через мистецтво, музику та театр. Місцеві жителі беруть участь як артисти, екскурсоводи, художники та волонтери, сприяючи збереженню та передачі культурної спадщини. Важливо враховувати кількість мешканців, які беруть участь у програмі. Ця програма сприяє збереженню культурних традицій та історичних знань, тим самим зберігаючи унікальність історичних місць для майбутніх поколінь.

Екологічна ефективність програми оцінюється на основі таких факторів: використання традиційних матеріалів і методів реставрації може зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Важливо враховувати вплив використовуваних матеріалів і технологій на навколишнє середовище. Ця програма може включати екологічну освіту через відповідні інформаційні стенди та екскурсії, які пояснюють важливість збереження історичних місць не лише з культурної, а й екологічної точки зору. Залучення відвідувачів та місцевих громад до екологічних ініціатив, таких як висадка дерев та озеленення територій біля історичних місць.

Отже, впровадження програм «Історичні ворота», «Культурний маршрут» та «Зелений шлях» дозволить ТОВ «СТП «Свіжий вітер» не лише досягнути

значних фінансових результатів, але й зробити важливий вклад у розвиток малих історичних міст в Україні.

З допомогою цих ініціатив підприємство очікуватиме значне збільшення доходів через високий рівень повернення інвестицій (ROI), що було продемонстровано в попередніх розрахунках. Наприклад, програма «Історичні ворота» прогнозує збільшення доходів на 300%, що вказує на значний фінансовий потенціал. Ці програми допоможуть заробити компанії значні кошти, які можуть бути реінвестовані у подальший розвиток і розширення діяльності.

Крім економічного аспекту, програми також позитивно вплинуть на соціальний та культурний розвиток малих історичних міст. «Історичні ворота» сприятимуть збереженню історичних пам'яток та культурної спадщини, «Культурний маршрут» підвищить обізнаність та зацікавленість у місцевих традиціях та культурі, а «Зелений шлях» зосередить увагу на сталому використанні природних ресурсів та розвитку екотуризму.

Таким чином, ці програми не тільки дозволяють компанії «СТП «Свіжий вітер» фінансово заробляти, але й мають стратегічне значення для розвитку туризму та покращення якості життя в малих історичних містах, сприяючи їхньому економічному та соціальному оздоровленню.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Після дослідження теми роботи можна запропонувати такі висновки.

Малі історичні міста України мають всі передумови для того, щоб стати центрами привабливості для туристів, які цікавляться культурною спадщиною та історією. Розвиток туризму в цих містах може відіграти ключову роль у підтримці місцевої економіки, збереженні історичних пам'яток та культурних традицій. Водночас, для реалізації цього потенціалу необхідно подолати низку існуючих проблем, таких як недостатня інфраструктура, обмежені фінансові та маркетингові ресурси, а також виклики, пов'язані зі збереженням історичної спадщини.

Ефективний розвиток туризму в малих історичних містах вимагає комплексного підходу, який включає залучення інвестицій, модернізацію інфраструктури, розробку та впровадження ефективних стратегій промоції, а також активну участь місцевих громад у процесах прийняття рішень. Це дозволить не тільки підвищити туристичну привабливість цих міст, але й забезпечити збереження їх унікальної ідентичності та культурної цінності.

Перспективи розвитку туризму в малих історичних містах України значною мірою залежать від здатності місцевої влади, бізнесу та громадськості спільно працювати над реалізацією цілеспрямованих проектів і ініціатив. Успішний досвід інших країн свідчить, що з особливою увагою до деталей, інноваційним підходом до маркетингу та стратегічним плануванням малі історичні міста можуть стати не лише затребуваними туристичними напрямками, а й прикладами ефективного збереження культурної спадщини.

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» відома своїм широким вибором незабутніх подорожей до найрізноманітніших країн світу. Компанія розуміє, що найголовніше у наданні послуг є комфорт та надійність у всіх поїздках, тому

турагенція старається зробити все, аби поїздка та відпочинок пройшли на вищому рівні. ТОВ «СТП «Свіжий вітер» має значний багаж досвіду у галузі туризму, що гарантує високу якість її послуг. Колектив фахівців уважно слідкує за останніми новинами та тенденціями у туристичній сфері і регулярно оновлює свою базу даних про міста, країни та культури, що дозволяє відібрати найкращі варіанти для клієнтів.

ТОВ «СТП «Свіжий вітер» прагне створити незабутні враження та приємні спогади для своїх клієнтів, тому приділяє особливу увагу кожній деталі в організації подорожей. Високий рівень обслуговування, зручність транспорту, комфортабельне розміщення в готелях, професійні екскурсоводи та багато інших аспектів роблять відпочинок з "Свіжим вітром" по-справжньому неперевершеним.

Запропоновано впровадження програм «Історичні ворота», «Культурний маршрут» та «Зелений шлях» дозволить ТОВ «СТП «Свіжий вітер» не лише досягнути значних фінансових результатів, але й зробити важливий вклад у розвиток малих історичних міст в Україні.

За допомогою цих ініціатив компанія може очікувати значне збільшення доходів, з огляду на високий рівень повернення інвестицій (ROI), що було продемонстровано в попередніх розрахунках. Наприклад, програма «Історичні ворота» прогнозує збільшення доходів на 300%, що вказує на значний фінансовий потенціал. Ці програми допоможуть заробити компанії значні кошти, які можуть бути реінвестовані у подальший розвиток і розширення діяльності.

Крім економічного аспекту, програми також позитивно вплинуть на соціальний та культурний розвиток малих історичних міст. «Історичні ворота» сприятимуть збереженню історичних пам'яток та культурної спадщини, «Культурний маршрут» підвищить обізнаність та зацікавленість у місцевих



традиціях та культурі, а «Зелений шлях» зосередить увагу на сталому використанні природних ресурсів та розвитку екотуризму.

Таким чином, ці програми не тільки дозволяють компанії «СТП «Свіжий вітер» фінансово заробляти, але й мають стратегічне значення для розвитку туризму та покращення якості життя в малих історичних містах, сприяючи їхньому економічному та соціальному оздоровленню.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ангеловська О. С. Культурні цінності, вивезення яких заборонено. *Місце юридичних наук у формуванні правової культури сучасної людини*: матеріали міжнар. наук.–практ. конфер. (25–26 грудня 2020 р.). Запоріжжя, 2020. С. 39–42.
2. Бейдик О. О., Топалова О. І. Адаптивний туризм: передумови та перспективи розвитку, лідери духу і волі. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 402 с.
3. Борисенко В., Борисенко М. Нематеріальна культурна спадщина українців (регіональний аналіз прояву). *Український географічний журнал*. 2022. № 2. С. 73–81.
4. Вечерський В. В. Культурна спадщина України. 2022. URL: <https://vue.gov.ua/%D0%9A%> (дата звернення: 04.05.2024).
5. Вкрадене з України під час війни. Як повернути вивезені до Росії культурні цінності? <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=100171> (дата звернення 21.03.2024).
6. Ганський В. О. Комерціалізація ресурсів історико-культурної спадщини в туризмі: механізми, ліміти та бар'єри. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. № 15. С. 95–99.
7. Гоблик В. В. Перспективи розвитку туризму в малих історичних містах *Міжнародний науковий журнал "Освіта і наука"*. Мукачево-Ченстохова : РВВ МДУ; Академія ім. Я. Длугоша, 2018. № 24(1). С.244-248
8. Гритчук Г.В. «PSY-туризм» як комплекс психології та туризму. *Науковий журнал «ЛОГОС. Мистецтво наукової думки»*. 2019. № 4. С. 12–16.
9. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484> (дата звернення 21.03.2024)
10. Кудінова І. П. Концептуальні засади брендингу у діяльності туристичних підприємств. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку*: зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (20 лютого 2020 р.)

Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів, 2020. С. 158–159.

11. Кудінова І. П. Нематеріальна культурна спадщина України. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації міжнар. наук.-практ. конф.-фестиваль (19–20 травня 2022 р.)* / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. ун-т культури, ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ, 2022. С. 36–38.

12. Кудінова І. П. Роль бренду у забезпеченні конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Брендменеджмент: маркетингові технології: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф.* (Київ, 11 березня 2021 р.) Нац. торг.-екон. ун-т Київ, 2021. С. 50–52.

13. Ласнов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в малих історичних містах України. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XIII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 18 квітня 2024 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2024.

14. Любіцева О. О. Країни – лідери туризму. Київ : вид. «Альфа-ПК», 2019. 382 с.

15. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. 2022. URL: <https://ukraine.segodaya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>. (дата звернення 21.03.2024)

16. Мінкультури оголосило про старт пілотного проекту – електронного обліку об'єктів культурної спадщини «Державний реєстр нерухомих пам'яток України». URL: [http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=245493521&cat\\_id=244895180](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245493521&cat_id=244895180). (дата звернення 21.03.2024)

17. Матеріальна та нематеріальна культурна спадщина. 2020. URL: <https://viaregia.org.ua/materialna-ta-nematerialna-kulturna-spadshhyna/>. (дата звернення: 09.03.2024)

18. Міжнародний туристичний форум «Туризм в Україні: виклики та відновлення». URL: [https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy\\_turist/](https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy_turist/) (дата звернення: 20.03.2024).

19. Нематеріальна культурна спадщина України. Вип. 3. / ред В. Вовк, Т. Сопова. Київ: Держ. б-ка України для юнацтва. 2023. 54 с.
20. Нематеріальна культурна спадщина України: вип. 2. / ред. В. Кучерява, К. Тишкевич: Київ: Держ. бка України для юнацтва, 2021. 65 с.
21. Осієвська Ю. С. Культурна спадщина як драйвер соціокультурного розвитку на сучасному етапі: ефективність регіональної моделі. *Культура і сучасність*. 2022. № 1. С. 99–105.
22. Основні види туризму та їх характеристика. URL: <https://tourkazka.com/osnovni-vydy-turyzmu-ta-yikhkharakterystyka> (дата звернення 21.03.2024)
23. Офіційний сайт Ukraine UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ua>. (дата звернення: 2.04.2024).
24. Офіційний сайт UNWTO [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (дата звернення: 7.04.2024).
25. Плецан Х. Збереження і трансляція культурної спадщини української нації: регіональний підхід. *Культурно-історична спадщина України: перспективи дослідження та традиції збереження* (7–8 жовт. 2021 р.): матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., Черкаси – Канів, ЧДТУ. Черкаси, 2021. С. 117–121.
26. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. Київ: Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.
27. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Списку історичних населених місць України». №878 від 21 липня 2001 р. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP010878.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP010878.html) (дата звернення: 13.03.2024).
28. Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року. Проект Закону України 9015 від 07.08.2018. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=64508](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64508) (дата звернення: 25.03.2024).
29. Рутинський М. Й. Україна на ринку міжнародного туризму: глобальні тренди та національні виклики. *Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні: міжнар. наук.-практ. конф.* (16 травня 2019 р.). Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС, 2019. С. 10–25.

30. Сеньків М. І. Філантуризм як сучасний тренд сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. Випуск 41. 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/49> (дата звернення 21.03.2024)
31. Софій О., Мацелюх А., Шимків І., Шинаровська О., Кучерявий Ю. Сприяння розвитку культури в Україні: дослідження зв'язків культурно-мистецької сфери та туристичної привабливості територій. URL: <http://dialog.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/10/povnaversiya.pdf>. (дата звернення 21.03.2024)
32. Ткаченко Т. І. Туристські дестинації (теорія управління, бренд): монографія. Київ: Національний торговельно-економічний університет, 2018. 347 с.
33. Україна. 30 років незалежності: стислий довідник / ред. А. М. Киридон. Київ: Енциклопедичне видавництво, 2021. 536 с.
34. Федорченко В., Федорченко-Кутуєв П., Федорченко Н., Василець О. Туризм – потенціал відновлення та модернізації українського суспільства. *Вісник НТУУ КПІ*. 2022. № 4(56). С. 17–29.
35. Харченко О.В. Туристичний простір як складова економіки регіону. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020, № 5. С. 253-260. DOI: 10.31891/2307-5740-2020-286-5-46.
36. Чорна Н. Культурна спадщина України: проблеми вивчення, збереження та використання *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Історія*. Вінниця : Твори, 2021. Вип. 36. С. 67-74
37. Commission Staff Working Document. Guidance on a strategic framework for further supporting the deployment of EU-level green and blue infrastructure. Brussels, 24.5.2019 SWD (2019). URL: <http://surl.li/gppha>. (дата звернення 21.03.2024)
38. How the war in Ukraine will affect European tourism. *globetrender.com*, 2022. URL: <https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect-european-tourism> (дата звернення 21.03.2024)
39. Scott, N., Gössling, S. The futures of tourism: A scenario analysis. *Annals of Tourism Research*, 88, 2021. P. 103153.
40. Sigala M.. Tourism and technology: A research agenda. *Tourism Management*, 81, 2020. P. 104123.

